

Актуальные вопросы оценки эффекта запланированного устаревания продукции при проведении процедур закупок

Любое развитие в любой области деятельности всегда направляется сформировавшимися обстоятельствами. Такие обстоятельства, сами являющиеся результатом прогресса в иных областях, могут как предоставлять инструменты новых возможностей, так и являться ограничителями различных направлений развития, что приводит к более качественному шагу — нахождению новых путей развития.

В системе, построенной вокруг главной цели — получения прибыли, существуют различные тенденции развития, главным из которых является анализ производственного процесса на предмет снижения затрат производства. Однако всегда находится предел сокращения таких затрат, что способствует как развитию иных направлений достижения целей, так и появлению новых.

Таким новым направлением в прошлом веке стал механизм запланированного устаревания продукта.

Запланированное устаревание — механизм, вложенный в продукт еще на этапе его конструирования и позволяющий продукту стать функционально устаревшим или непригодным к употреблению в запланированный срок.

Данный термин получил широкую огласку в 1920–1930-х гг., когда производители наряду с оптимизацией производственного процесса искали иные способы увеличения прибыли.

Идея данного механизма проста. С точки зрения потребителя производитель всегда должен стремиться к производству качественного и долговечного продукта, что является благом для потребителя. Но такая система могла бы работать в условиях ограниченного предложения, когда производитель, выпуская качественный и долговечный продукт, имел бы постоянную реализацию по причине необходимости обеспечения продуктом потребителей, которые его еще не имеют.

В случае же с системой избыточного предло-

жения при выпуске долговечного продукта производственные мощности будут простаивать, что приведет к ликвидации производителя. В связи с этим производители сознательно начали уже на этапе конструкторских разработок продукта закладывать в него механизм запланированного устаревания, чтобы обеспечить выход продукта из строя через запланированное время с невозможностью его ремонта и, как следствие, необходимостью для покупателя купить такой же.

Данная стратегия приводит к постоянству объемов продаж при уменьшении срока эксплуатации продукта.

При этом, как можно было уже заметить, существует три основных составляющих данного механизма.

Физическое устаревание. Данный механизм приводит к использованию менее качественных комплектующих, которые способны обеспечить только запланированный срок эксплуатации продукта. При этом политика производителя направлена на обеспечение невозможности ремонта продукта либо обеспечение стоимости ремонта продукта, сопоставимой со стоимостью нового.

Функциональное устаревание. Данный механизм приводит к постоянной разработке новых функциональных возможностей для новых продуктов, которые не доступны при использовании уже купленных. Также может создаваться среда использования продукта, которая уже не позволяет пользоваться продуктом предыдущего поколения либо предыдущей версии.

Эстетическое устаревание. Разработка нового дизайна и управление модными тенденциями может стать дополнительным стимулом покупки нового продукта.

При проведении процедур закупок Заказчик всегда разрабатывает требования к закупаемой продукции, а также всегда определяет, будет ли использоваться балльная оценка коммерческих предложений

участников, и на основании каких критериев он будет производить оценку предложенной продукции.

Согласно «Методическим рекомендациям по оценке конкурсных предложений и выбору наилучшего предложения и поставщика (подрядчика, исполнителя) при осуществлении государственных закупок на территории Республики Беларусь», разработанным ГНУ «Научно-исследовательский экономический институт Министерства экономики Республики Беларусь» и утвержденным 20.06.2007 г., весовые коэффициенты критериев оценки коммерческих предложений по основным группам критериев при осуществлении государственных закупок предписывается определять следующим образом:

№ п/п	Основные группы критериев	Коэффициенты удельного веса
1	Характеристика товаров. Цена предложения, срок фиксации цены с учетом уровня инфляции, средство платежа и др.	0,65 - 0,85
2	Критерии, характеризующие порядок и сроки осуществления платежей за поставку товаров (выполнение работ, оказание услуг)	0,10 - 0,20
3	Критерии, характеризующие функциональные и эксплуатационные свойства товаров (работ, услуг)	0,05 - 0,10
4	Прочие критерии	0,00 - 0,05
	Сумма коэффициентов удельных весов	1,00

При этом анализ данной таблицы показывает, что абсолютно большую часть удельного веса имеют критерии, связанные со стоимостью продукции, а также условиями ее оплаты.

Критерии, характеризующие функциональные и эксплуатационные свойства продукции, имеют удельный вес 0,05–0,10, но при этом недостаточность оценки качественных характеристик продукции, включая оценку эффекта запланированного устаревания, заложенного в продукции, может привести к значительно большим эксплуатационным расходам в течение всего срока службы продукции.

При проведении закупок за счет собственных средств заказчик, имея достаточные обоснования, вправе самостоятельно разработать критерии оценки коммерческих предложений с коэффициентами удельного веса, отличными от рекомендуемых при проведении государственных закупок.

Таким образом, рассмотрим, какие же критерии могут использоваться в данном случае.

При проведении процедуры закупки оценка качества и долговечности продукта может быть произведена с использованием балльной системы оценки,

Новая маркетинговая услуга от е-журнала TRinfo!

(Флэш-версия и стандартный PDF формат журнала размещается по адресу <http://3info.by/Magazine/Magazine.asp>.)

Мы предлагаем один из самых простых, удобных и недорогих способов распространения информации о новых технологиях, товарах и услугах компании через размещение **Пресс-релиза инноваций**.

Пресс-релиз инноваций — своего рода визитная карточка предприятия, где ясно и убедительно представлены преимущества инновационной продукции, технологии или услуги в одном или нескольких возможных вариантах, (кроме обычной рекламы (см. прикрепленный документ «Коммерческое предложение клиентам» или «Медиа-кит»);

Вариант 1. Информационный блок, в котором дана следующая информация:

- ◀ Название и иллюстрация инновационной продукции (технология)
- ◀ Краткое описание
- ◀ Конкурентные преимущества, новизна
- ◀ **Название компании, логотип, контакты**
- ◀ **Ссылка на рабочий сайт компании**

Пресс-релизы размещаются на отдельных страницах с необходимым Вам содержанием ссылок. Стоимость 1 стр. составляет 20 у.е.

Вариант 2. Размещение логотипа и/или ссылки на сайт в верхней/нижней части журнала — 10 у.е.

Вариант 3. Размещение ссылки/отдельного баннера по тексту статьи — 15 у.е.

Вариант 4. Размещение встроенного блока в статью демоверсии продукта или гиперссылки на демоверсию на стр. сайта, где она размещена — 70 у.е.

Вариант 5. Размещение интерактивной 3D-презентации, интерактивной картинки, изготовленной с использованием 3D-технологии, которые обеспечивают высокий уровень визуализации товара и способны дать новый, полный эмоций 3D-опыт взаимодействия — цена договорная.

При желании можно заказать функцию представления информации на сайте 3info.by, в виде баннеров, видео, фото. Размещение Пресс-релиза инноваций на сайте осуществляется согласно расценкам, указанным в коммерческом предложении или на Медиа-КИТ журнала (см. прикрепленный документ «Коммерческое предложение клиентам»).

Электронный журнал «TRinfo» — новый онлайн проект, целевой аудиторией которого являются руководители и инженеры предприятий, организаций, НИИ; технологи, конструкторы, специалисты в области патентования, проектирования, маркетинга, ученые и изобретатели.

которую каждый заказчик использует для оценки продукции по стоимостным, техническим и иным критериям. При этом возможными критериями оценки качества и долговечности продукта, т.е. оценки того, заложен ли механизм запланированного устаревания в продукт, могут стать следующие.

Срок эксплуатации продукта. Производитель при выпуске продукции любого вида всегда прикладывает к продукту паспорт либо руководство по эксплуатации. В данных документах указывается нормативный срок эксплуатации. В случае если в продукте заложен механизм запланированного устаревания, срок эксплуатации будет небольшим. Таким образом, такие паспортные данные могут быть взяты в расчет по соответствующим формулам при проведении балльной оценки продукции.

Оценка ремонтпригодности и стоимости ремонта. В случае если в продукте заложен механизм запланированного устаревания, производитель будет проводить политику ремонтнепригодности с частичной возможностью ремонта, стоимость которого будет сопоставима со стоимостью нового продукта.

При проведении закупки с целью оценки ремонтпригодности и стоимости ремонта заказчику необходимо требовать от участников процедуры закупки предоставления информации с перечнем всех возможных неполадок продукта, статистической частотой их возникновения (количество раз появления неполадки в течение паспортного срока эксплуатации) и стоимостью ремонта продукта при каждой неполадке в процентном отношении от стоимости нового продукта. При этом по неполадкам, по которым ремонт невозможен, стоимость ремонта равна 100% стоимости нового продукта.

При наличии таких данных Заказчик способен математически определить среднюю процентную стоимость ремонта и произвести расчет по соответствующим формулам при проведении балльной оценки продукции.

Оценка жизнеспособности. Согласно заложенному механизму функционального устаревания производитель будет стремиться создать среду эксплуатации продукта, которая не позволит пользоваться им с получением всех новых опциональных дополнений, т.е. производитель не будет обновлять парк уже изготовленных продуктов с целью получения таких дополнений продуктами предыдущего поколения либо предыдущей версии.

При проведении закупки с целью оценки жизнеспособности продукта заказчику необходимо требовать от участников процедуры закупки предоставления

информации о возможности обновления продукта на предмет совместимости со всеми новыми опциональными дополнениями, появляющимися впоследствии. При этом оценку таких данных необходимо производить с применением экспертного метода, при котором группа экспертов будет анализировать предоставленную информацию и выставлять балльную оценку каждому участнику, которая в дальнейшем может быть использована при расчете по соответствующим формулам при проведении балльной оценки продукции.

Насколько важно оценивать качество и долговечность продукта? Конечно, основными критериями оценки продукции при проведении процедуры закупки, т.е. критериями с наибольшими весовыми коэффициентами, являются стоимостные и технические. Однако каждый руководитель всегда должен учитывать не одномоментные затраты на закупку продукта, а полные затраты в долгосрочной перспективе. И, с учетом этого, наименьшие одномоментные затраты при последующих постоянных аналогичных затратах при ремонте либо закупке такого же продукта будут значительно выше больших одномоментных затрат при покупке качественного и долговечного продукта.

Таким образом, целесообразно вводить вышеупомянутые критерии оценки качества и долговечности продукта за счет уменьшения весовых коэффициентов стоимостных критериев оценки. При этом определение весовых коэффициентов таких критериев должно определяться заказчиком самостоятельно для каждой процедуры закупки отдельно исходя из целей закупки.



Мороков Андрей Сергеевич,

специалист отдела обеспечения производства с опытом работы в области закупок более 5 лет. Имеет ряд публикаций по анализу проведения процедур закупок, анализу математического аппарата, а также разработке критериев оценки коммерческих предложений участников